

Содержание

Дубейковский В. А.

Decentralization of place brand communication 3

Банникова Л. Н.

Практики маркетинга в поле социологического дискурса 8

Баранова А. А.

Характеристика внешнего вида Екатеринбурга
в программах радиостанции «Эхо Москвы – Екатеринбург» 12

Бетехтина А. В.

Маркетинг территории закрытого
административно-территориального образования 17

Бритвин А. М.

Город Шадринск в поисках бренда 22

Бритвина И. Б., Старостова Л. Э.

Управление коммуникациями в брендинге российских городов
как проблемное поле концептуализации магистерской программы 25

Вихрова Н. С.

Проблемы управления региональным брендингом
в деятельности органов государственного управления 30

Дарбинян Н. Э., Старостова Л. Э.

Бренд под маркой «Органик» как ресурс коммуникации места 35

Добрикова А. А.

Репозиционирование монопрофильной территории
(на примере Саткинского района Челябинской области) 41

Доманова С. К.

Новые технологии брендинга территорий: создание
и продвижение клипа к молодежному гимну города Барнаула 44

Дуреко Е. Ю. СМИ как инструмент геобрендинга: механизм наведения сем в публицистических текстах	49
Дягилева Н. С. Теоретические аспекты городской идентичности	54
Иванова В. В. SWOT-анализ: начальный этап брендинга территории (на примере Южно-Кузбасской агломерации)	60
Иванова М. А., Прищепа А. А. Локальное место города как объект продвижения	68
Калашникова С. В. Региональный маркетинг как инструмент формирования политики привлекательности Республики Адыгея	71
Комлева Е. В. Православие, феномен ядерной энергии и науки о Земле	76
Костромицкая А. В. Роль символического потенциала городского пространства в проведении брендинговой кампании	87
Лазарев М. П. Проблемное поле методики создания устойчивого бренда территории	93
Ланцевская Н. Ю., Мурзин В. Ю. Город Курган как всероссийский центр курганных культур	99
Опалева Л. С. Нематериальные элементы бренда города.....	101
Полякова Т. В. О формировании имиджа Волгоградской области	106

Сениченко В. Е.	
Возможности веб-технологий в продвижении образа города	111
Смирнова Е. А.	
Геобренд Калининграда: поиск драйвера и системная модель коммуникации	113
Тиханова Е. В.	
Динамика границ региона как основа конструирования идентичности малого города	118
Тулупов В. В.	
Туризм и бренд современного региона	124
Эйхельберг Е. А.	
Перспективы развития малых и средних городов (опыт Германии)	128
Приложения	130